

РЕЦЕНЗИЯ НА СТАТЬЮ

Автор: Бордунова Д.В.

Название статьи: SMM - анализ активности компании Nike в социальных сетях

1. Актуальность темы – определяется необходимостью изучения особенностей коммуникативного поведения в условиях все возрастающего влияния социальных сетей на целевую аудиторию.
2. Научная новизна, значимость работы – связана с рассмотрением отношения компании Nike к продвижению собственного бренда посредством социальных сетей. Сделаны выводы о снижении активности данной компании в социальных сетях за последние 4 года, что позволяет отечественным брендам активнее проявлять себя в данном направлении.
3. Логичность и последовательность изложения материала – материал изложен последовательно и логично.
4. Проведение анализа по заявленной проблематике – аналитический материал исследования соответствует заявленной проблематике. В статье приведен анализ, позволившей авторам произвести ранжирование социальных площадок, используемых компанией Nike.
5. Статистическая обработка материалов (эксперимент) – не требуется.
6. Исполнение методов научного познания – использованы эмпирические и теоретические методы исследования, адекватно примененные для оформления изложенных в статье данных.
7. Цитируемость научных источников – использованы актуальные источники, охватывающие проблематику рассматриваемого направления исследования.
8. Научный стиль изложения, терминология – в статье корректно использована научная терминология.
9. Соответствие правилам оформления – соответствует.
10. Замечания рецензента (если есть) – отсутствуют

Рекомендации к опубликованию (подчеркнуть)		
<u>Публиковать безусловно</u>	Публиковать после доработки/устранения замечаний	Отклонить (обосновать)

Рецензент: Дудкина О.В.



Ученая степень: Кандидат социологических наук

Должность: Доцент

Место работы: Донской государственный технический университет